



Apropriação do Circuito Cultural Ribeira como Expressão Cultural: Uma Problematização a partir das Teorias da Comunicação¹

André Araújo da SILVA²

Kalianny Bezerra de MEDEIROS³

Juciano de Sousa LACERDA⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Este trabalho consiste numa discussão sobre o Circuito Cultural Ribeira (CCR), realizado em Natal, no Rio Grande do Norte, baseado nas teorias da comunicação. Nos baseamos nas teorias dos Estudos Culturais e da Indústria Cultural para caracterizar os produtos da cultura de massa, além de problematizar e construir algumas hipóteses sobre como se move a juventude em suas diferentes tribos com relação ao propósito do CCR, com base nas ideias de Mattelart e Neveu (2004). Também analisamos como o CCR se situa na cena cultural da cidade, a partir das ideias de Janotti Jr Pires, Herschmann, e Kischinhevsky (2011) para apontar que ele se configura num dos principais eventos do município. Aproveitamos, ainda, para discutir como é feita essa divulgação do CCR através das mídias sociais. Com esses pontos de vista nos respaldamos em autores como Britto (2009), Martino (2012) e Sfez (1994).

PALAVRAS-CHAVE: Teorias da Comunicação; Cibercultura; Circuito cultural; Cena cultural; Ciberespaço.

Introdução

A exemplo de outras capitais e principais cidade do país, a cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, criou um tipo de “virada cultural” denominado Circuito Cultural Ribeira, com intuito de revitalizar o tradicional bairro da cidade, a partir da circulação intensa de diferentes expressões artísticas. A ação foi lançada em março de 2011, contando com oito shows e mais de quatro mil pessoas circulando pelas ruas, sendo realizado até outubro do mesmo ano. Na época, o Circuito contava com o patrocínio da Conexão Vivo, por meio da Lei Câmara Cascudo de incentivo a cultura, do Governo do

¹ Trabalho apresentado na sub-área temática da IJ - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Estudante de graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRN, bolsista de Iniciação à Docência/PROGRAD/UFRN, integrante do GP Pragma/UFRN. email: andre_ph_araujo@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRN, bolsista de Iniciação à Docência/PROGRAD/UFRN, integrante do GP Pragma/UFRN. email: kaliannybezerra@hotmail.com

⁴ Professor do Curso de Comunicação Social da UFRN e do Mestrado em Estudos da Mídia/UFRN. Líder do GP Pragma/UFRN. Coordenador do Projeto de Iniciação à Docência “A articulação entre teoria e prática na vivência didática da disciplina Teoria da Comunicação” (Prograd/UFRN 2013). email: juciano.lacerda@gmail.com



Estado do Rio Grande do Norte. Em 2012, por falta de patrocínio, o CCR só realizou sua primeira edição do ano em agosto, a partir daí ele passou a contar com patrocínio da Companhia Energética do Rio Grande do Norte (Cosern) e da Conexão Vivo. A proposta do presente artigo é discutir o Circuito Cultural Ribeira como expressão cultural, problematizando-o entre as concepções teóricas da indústria cultural, para caracterizar os produtos da cultura de massas, e as distintas visões dos Estudos Culturais Ingleses em torno dos produtos culturais como forma de expressão e identidade de distintos grupos (subculturas/tribos). Nesse jogo, pretendemos problematizar e construir algumas hipóteses sobre como se move a juventude em suas diferentes tribos com relação ao propósito do Circuito Cultural Ribeira, a partir do momento em que a diversidade da programação do projeto cultural circula no ambiente eclético e diversificado das redes sociais digitais, evidenciando diferentes posições de leitura/consumo e apropriação do Circuito da Ribeira, manifestadas nas mensagens postadas nas redes sociais.

Os Estudos Culturais e sua relevância para entender o Circuito Cultural Ribeira

Uma das questões essenciais dos Estudos Culturais é o advento da chamada sociedade de massa. Mattelart e Neveu (2004) fazem um apanhado histórico dos estudos culturais, apontando que um dos maiores contribuintes nas pesquisas foi Hoggart, do *Centre for Contemporary Cultural Studies*, fundado em 1964, na Universidade de Birmingham. Os estudos feitos pelo Centro, inicialmente, se apoiam nas ideias etnográficas de Hoggart sobre a classe operária. Hoggart observa que o processo de urbanização e o prolongamento da escolarização dos jovens afetaram os referentes culturais da sociedade, sendo criadas subculturas. Outro processo que afetou esses referentes foi o da desindustrialização (anos 1980), contribuindo para o surgimento de subculturas (de jovens) que buscavam referência na classe operária. Nesse ponto, Hoggart faz uma relação entre a mídia, a construção de estereótipos e a política como fatores que influenciam diretamente o surgimento de subculturas. Os estudos de Hoggart também ser caracterizaram pela tentativa de compreensão das formas como as classes operárias se apropriavam dos produtos da cultura de massa em ascensão, em relação às formações culturais populares das quais a cultura de massas também se apropriava na produção de suas mensagens.



Outras pesquisas vão suceder em relação às subculturas, como é o caso dos estudos que buscam compreender a “relação dos jovens dos meios operários com a instituição escolar” (MATTELART e NEVEU, 2004, p. 67). Um dos estudiosos de referência é Paul Willis, que afirma que os “boyzinhos” reivindicam valores operários na escola quando agiam de forma agressiva e se recusavam a fazer parte de certos grupos sociais e de se comprometerem com os estudos. Posteriormente, Stuart Hall desenvolve estudos sobre a percepção da mídia pela sociedade, principalmente sobre a televisão, chegando a concluir que o entendimento da mensagem transmitida pela mídia audiovisual passa por um processo de decodificação e uma única mensagem pode ser compreendida de forma diferente por cada um dos “telespectadores”, pois fatores culturais vão influenciar diretamente nessa percepção e entendimento da mensagem. É nesse contexto em que as pesquisas vão se preocupar em estudar como o consumo da sociedade de massa vai ser alterado a partir dos meios de comunicação e como esses meios vão “dar nexos a um tecido social em formação” (BRITTO, 2009, p. 120). Para Britto, uma das contribuições dos Estudos Culturais foi perceber que

a partir das mediações sociais, as pessoas se “relacionam” com a comunicação de massa, estabelecendo negociações simbólicas a partir da oferta proposta pelos veículos, mas também de sua visão de mundo, de seus hábitos e crenças, ou seja, de sua cultura” (BRITTO, 2009, p. 128)

Posteriormente, de acordo com Martino (2012), a partir das ideias de Adorno e Horkheimer, o conceito de indústria cultural surgiu para estudar as relações entre Modernidade e cultura. Para Adorno e Horkheimer, “a cultura era o lugar de resistência contra a técnica” (MARTINO, 2012, p. 48), enquanto que a Modernidade pretendia transformar essa cultura através da técnica. Para a Modernidade, essa transformação significava a liberdade, enquanto que os dois autores viam nessa mudança a dominação através da indústria cultural.

Para Adorno e Horkheimer, “na indústria cultural, o lucro orienta a produção, e o espaço da criação individual é eliminado em virtude da lógica da produção coletiva.” (MARTINO, 2012, p. 49), na qual os produtos simbólicos fabricados têm vida curta, pois é preciso ter uma rotação no mercado para que o público não se canse de um determinado produto. Exemplo prático dessa ideia seria a indústria fonográfica que constantemente lança novos produtos midiáticos para a massa, visando apenas o lucro.



Depois da indústria cultural, a cultura erudita (ou alta cultura) e a cultura popular são apropriadas pelo mercado, que gera produtos palatáveis e de fácil consumo, sem a sistematicidade da cultura erudita ou a energia das práticas populares, resultando em produções para um público médio, muito parecidos, gerando a cultura de massa. Segundo Martino (2012), para White a indústria cultural produz bens simbólicos eruditos “nas formas simples e fáceis da cultura de massa” – a chamada *midcult* (MARTINO, 2012, p. 50). Um exemplo prático da *midcult* seria a produção em série de obras (ou parte delas) do Beethoven, passando a falsa ideia para a cultura de massa do conhecimento de sua produção, como no caso da *Nona sinfonia* que se apresenta em formas compactas, dando a impressão de conhecerem toda a composição.

A modernidade trouxe consigo a mercantilização dos produtos midiáticos. Transformados em mercadorias, os produtos midiáticos passam a ocupar o imaginário das pessoas como algo a ser necessariamente consumido. Diferentemente do pensamento de Adorno e Horkheimer, para Walter Benjamin (1985), o momento de admiração de uma obra de arte é revestido pela “aura”. No entanto, com a Modernidade, essa “aura” foi perdida na medida em que as obras iam sendo reproduzidas em grande escala e ganhando o mesmo valor que as originais. Mas, para Benjamin, essa reprodução também poderia significar uma maior valorização da obra original, pois as pessoas, ao estarem diante de uma cópia, desejaria ver a original.

Nesse contexto, o Circuito Cultural Ribeira (CCR) forma relações interpessoais a partir do momento em que promove em um só espaço a integração de milhares de pessoas, sem que necessariamente, os organizadores do evento dependam da comunicação de massa para divulgar o circuito. Tanto é que, em sua primeira edição, em pleno carnaval, e com divulgações intensas nas redes sociais, compareceram, segundo os organizadores do CCR, mais de quatro mil pessoas.

Esse, sem dúvida, era um público que pretendia fugir das programações habituais presentes nessa região do país, como o carnaval e suas marchinhas, o axé *music* o forró de plástico que tocam pelas praias e no interior do Estado. É possível, assim, inferir que esse número de pessoas, mesmo que em minoria, não se apropriaram do que foi pontuado pelos meios de comunicação, no que diz respeito aos outros “carnavais”. Ou seja, teríamos aqui uma espécie de minoria cultural, com práticas sociais focadas no consumo cultural de expressões artísticas não contempladas costumeiramente pela cultura de massas. É por isso que, como afirma Martino, é preciso



entender o uso da cultura como apropriação pelos diferentes grupos, pois “a cultura reflete igualmente momentos de padronização e diversidade – sobretudo quando se pensa nas diferentes formas de recepção vinculadas às minorias” (MARTINO, 2009, p. 244)

O Circuito Cultural Ribeira e a Indústria Cultural

A Ribeira, bairro boêmio da cidade de Natal, ganha vida a cada segundo domingo do mês. Milhares de pessoas passam pelas ruas históricas do local em apenas seis horas. Os tempos são outros e o bairro respira cultura. Isso tudo graças a um circuito artístico que acontece desde 2011: o Circuito Cultural Ribeira (CCR).

A ação, promovida pelos Centros Culturais Casa da Ribeira e DoSol, destaca a cada mês os trabalhos desenvolvidos por artistas potiguares. Atrações musicais que variam do choro ao rock, passando pelo eletrônico, jazz e também o funk, além de peças teatrais para crianças e adultos, performances, dança e vídeo debates são algumas das várias expressões artísticas que o público pode acompanhar no evento. Uma programação completamente gratuita e que contribui para os objetivos iniciais do projeto: a revitalização do bairro da Ribeira e a maior utilização dos 15 espaços culturais desse lugar histórico para Natal.

A ação foi lançada em março de 2011, contando com oito shows e mais de quatro mil pessoas circulando pelas ruas, sendo realizado até outubro do mesmo ano. Na época, o Circuito contava com o patrocínio da Conexão Vivo, por meio da Lei Câmara Cascudo de incentivo a cultura, do Governo do Estado do Rio Grande do Norte. Em 2012, por falta de patrocínio, o CCR só realizou sua primeira edição do ano em agosto, a partir daí ele passou a contar com patrocínio da Companhia Energética do Rio Grande do Norte (Cosern) e da Conexão Vivo.

Os grupos que se apresentam são diversos e para que os artistas mostrem seus trabalhos durante a execução do projeto é preciso que eles se submetam ao Edital de ocupação artística do Circuito, que valia apenas para artistas locais. Ano passado o edital foi aberto para apresentações durante 2012 e até maio de 2013, tendo recebido 280 inscrições vindas de todas as regiões do Estado e 102 projetos selecionados. Em 2011, os artistas eram convidados pelos donos dos aparelhos culturais do bairro.

Quando Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985) criaram o conceito de Indústria Cultural eles apontavam as diversas transformações que o mundo moderno e



capitalista trazia para a sociedade. Esses teóricos abordavam a conversão da cultura em mercadoria, em que apenas o lucro do que era produzido importava.

Como diz Rudiger, a expressão Indústria Cultural designa “uma prática social, através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado” (RUDIGER, 2005, p. 138). Sendo assim, todo tipo de arte é abarcado dentro desse conceito. Música, literatura, teatro, todos esses segmentos seriam “vítimas” do olhar voltado para o lucro.

Essa produção em massa de cultura faz com que a população se deixe levar através do que os meios de comunicação em massa disponibilizam no momento. Se o que está “em alta”, por exemplo, é o sertanejo universitário ele será consumido até o seu esgotamento ou até que surja outro produto para ser vendido. O que não é consumido por todos, ou se constitui numa alternativa aos produtos de plástico são deixados de lado.

Em Natal, no Rio Grande do Norte, esse tipo de consumo não é diferente. Na mídia de massa (televisão, rádio e publicidade) é apresentada ao receptor apenas aquilo que já está “na moda”, o local, muitas vezes, acaba não sendo valorizado. Para tanto, em 2011, surgiu na cidade um modelo de exposição cultural que vai contra os princípios do que pregavam Adorno e Horkheimer (1985), dentro da Indústria Cultural.

O Circuito Cultural Ribeira (CCR) veio como uma alternativa ao público que estaria “cansado” de ouvir e ver as mesmas coisas e vem contrapor as noções do ideal da Indústria Cultural. Quando Rudiger fala que a “difusão estética e intelectual eram antes reservadas apenas às artes, às pessoas e ao pensamento” (RUDIGER, 2005, p. 139), a criação do Circuito tenta enfatizar que isso ainda pode acontecer. No entanto, essa tentativa de levar uma ideologia cultural para o enriquecimento intelectual da sociedade, contrário ao que prega a comunicação de massa, sofre com a falta de auxílio dos poderes públicos e privados.

O CCR como Cena Cultural

Partindo da ideia de que circuito cultural “diz respeito aos espaços urbanos fixos (casas de shows, lojas de música, teatros, boates, etc.) ou dinâmicos (festivais e/ou eventos de música itinerantes, sem locais de realização definidos ou variáveis)” (JANOTTI JR e PIRES, 2011, p. 16), o Circuito Cultural Ribeira se configura como uma das principais cenas culturais da cidade.



Antes de concebermos o CCR como cena cultural da cidade de Natal, faz-se necessário uma definição breve de cultura a partir da ideia de Raymond Willians, compartilhada por Britto, definindo

cultura como o complexo de valores, costumes, crenças e práticas que constituem o modo de vida de um grupo específico, classe ou nação, incluindo os usos que fazem das técnicas, nas suas relações consigo e com a alteridade (BRITTO, 2009, p. 99)

Ao longo dos tempos, o consumo de bens simbólicos vem sendo mudado. O que antes estava ao alcance apenas da classe burguesa, hoje, com o processo de digitalização, é cada vez mais fácil ter acesso a obras de artes, músicas, apresentações teatrais etc. A música, por exemplo, passou pelas fases da valorização do ao vivo, depois, com a Indústria Cultural, teve seu processo de materialização com a produção de *Longplay* (LP) até chegar à digitalização, com a disseminação do MP3. Hoje, com a crise da indústria fonográfica, o “ao vivo” volta a ter sua maior valorização, pois é por meio desse segmento que artistas e gravadoras passam a obter seus maiores lucros. No entanto, o que para uma parcela da classe artística é negativo, para outra, esse processo de digitalização veio para proporcionar uma democratização da produção artística, pois “a proliferação de serviços de *download* gratuito de arquivos musicais – uma alternativa de divulgação para artistas independentes que buscam um lugar ao sol” (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2011, p. 26).

Para não entrar em colapso, a indústria fonográfica vem buscando alternativas para conquistar clientes no meio digital, ofertando produtos midiáticos digitais e sempre buscando por novidades e outras alternativas para obter lucros, pois “em 2008, o mercado ao vivo teve um crescimento de 10%, movimentando cerca de US\$ 25 bilhões, entre venda de ingressos, publicidade e direitos de imagem” (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2011, p. 30). Vendo tal valorização do “ao vivo” e declínio das vendas de CDs e DVDs, as gravadoras “passaram a adotar, como medida compensatória às suas perdas, alterações dos contratos que impõem aos artistas, prevendo, entre outras coisas, participação nas bilheterias” (HERSCHMANN *apud* HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2011, p. 30).

No entanto, a cibercultura vem possibilitando que grupos artísticos alternativos ganhem espaço e notoriedade. É por meio da internet que muitos artistas disponibilizam seus trabalhos para que o público conheça sua arte, seja música, teatro, dança, literatura etc. Mas, ao mesmo tempo em que esses artistas buscam notoriedade utilizando o



espaço virtual, eles também buscam participar de festivais, que da mesma forma, divulgam seus editais através do ciberespaço.

Para organizar estes eventos, os produtores desenvolveram algumas estratégias muito interessantes: utilizam recursos de leis de incentivo à cultura e editais públicos; empregam o potencial interativo das novas tecnologias digitais visando formação, divulgação e mobilização de públicos; praticam intensa militância na área musical e até rotinas que incluem escambo. (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2011, p. 31)

O Circuito Cultural Ribeira congrega várias expressões artísticas e utiliza as redes sociais para divulgar sua programação e editais, além de ter incentivo da Lei Djalma Maranhão, promulgada em 9 de julho de 1997, pela prefeitura municipal de Natal. É no circuito que muitos artistas têm o espaço para divulgar seus trabalhos, mas ele não é em substituição ao consumo digital do simbólico e sim uma extensão do que a internet proporciona. Os grupos e/ou tribos que se identificam com o Circuito no meio virtual é o mesmo que participa do evento. É no ciberespaço que esses sujeitos consomem e compartilham ideias e produtos midiáticos disponibilizados pelas redes sociais do circuito e estendem esse relacionamento para o meio atômico no dia do evento.

O Nordeste do Brasil é muito conhecido pelo forró, pela seca e por suas comidas típicas. Traços disseminados pela mídia e consumidos por turistas e pela população da própria região. É comum encontrarmos eventos que congregam, em uma única noite, cinco ou seis bandas de forró. Com divulgação massiva, esses eventos geram grandes lucros. Em outra ponta, não muito divulgada pela mídia, há os grupos alternativos de música, dança, teatro etc., que buscam seu espaço no mercado. O CCR vem se consolidando como uma forte cena cultural da cidade de Natal, tanto ao se firmar como um evento que congrega artistas e o público apreciador das artes no bairro da Ribeira, quanto por estabelecer redes no ciberespaço, “pois, as fronteiras da cena são reconfiguradas constantemente devido ao desenvolvimento das tecnologias de comunicação e aos fluxos contínuos de informação” (JANOTTI JR e PIRES, 2011, p. 15). É no CCR que artistas de diferentes estilos encontram um espaço para divulgar seus trabalhos. No entanto, vale ressaltar que o Circuito não negligencia estilos típicos do Nordeste, pois nele podemos encontrar apresentações de coco de roda, como o Mestre Severino, artista desse segmento, ciranda, como o grupo musical Rosa de Pedra, entre outras expressões culturais. Os artistas que se apresentam no circuito são nordestinos,



natalenses e valorizam sua cultura através de suas músicas, da literatura de cordel, do teatro, da dança e de grupos de discussão, não se prendendo a rótulos e nem a pressões comerciais de gravadoras e empresários.

O Circuito Cultural Ribeira e sua rede no ciberespaço

O Circuito é um evento que acontece atoricamente, ou seja, é um encontro presencial. No entanto, ele encontra no ciberespaço o principal meio de divulgação e de estabelecimento de rede entre sujeitos que se identificam com determinados grupos, pois “a noção de identidade, [...] está sendo alterada e descentrada, encontra no ciberespaço *locus* e aceleração desse processo” (BRITTO, 2009, p. 174).

O computador e a Internet propiciaram mudanças no âmbito do trabalho, do estudo, do lazer e das relações pessoais, assim como a intensificação das trocas materiais e humanas pelo desenvolvimento dos transportes e a troca cultural realizada pela Indústria Cultural através das mídias tradicionais. (BRITTO, 2009, p. 173)

A sociedade, nos vários campos do conhecimento, em cada fase histórica, foi comparada a um tecido orgânico de múltiplas redes materiais que se entrecruzam: vias de comunicação, canais, pontes, estradas, transporte ferroviário, telégrafo. Na metade do Século XX, a sociedade contemporânea viu potencializar-se essa noção “orgânica”, só que entretecida, cada vez mais, por objetos altamente desenvolvidos tecnologicamente: cabos de fibra ótica, redes telefônicas e emissões eletromagnéticas, transportando informações audiovisuais, táteis e olfativas digitalizadas. Decorre que temos a impressão de que as malhas dessa rede nos envolvem como um útero. Tudo parece indicar que estamos diante de um novo sistema, “caracterizado pela integração de diferentes veículos de comunicação e seu potencial interativo. (...) Estende o âmbito da comunicação eletrônica para todo o domínio da vida: de casa a trabalho, de escolas a hospitais, de entretenimento a viagens” (CASTELLS, 1999, p. 387). As redes de comunicação digital podem não só envolver o mundo de nossas práticas sociocomunicacionais, mas tornar-se, como diz Lucien Sfez, um “quadro simbólico que pouco a pouco se interiorizará, a ponto de não mais ser percebido como filtro, ou como meio de conhecimento entre outros” (SFEZ, 1994, p. 13). No cenário atual, os apocalípticos decretam o possível fim da experiência humana da comunicação, da interação social com o advento dessas novas tecnologias de informação e comunicação com base digital. Os otimistas constroem novas utopias da “associação universal” sobre as potencialidades dessas tecnologias.



Não nos interessa abordar nenhum dos dois extremos e sim, discutir como as mídias sociais digitais possibilitam o estabelecimento de redes sociais entre membros de determinados grupos que se identificam com as expressões artísticas presentes no Circuito Cultural Ribeira, e se as redes que se formam na divulgação/repercussão do circuito no ciberespaço correspondem às mesmas tribos que participam e se envolvem com o circuito. Ou seja, o objetivo é saber se as redes sociais digitais contribuem ou não para ampliar os públicos no circuito da Ribeira, pois

se for verdade que as relações anteriores eram mais estáveis e enraizadas, é verdade também que ao se deslocarem para as cidades, os setores populares buscaram “reconstruir” espaços de referências para recuperar sua sociabilidade (BRITTO, 2009, p. 120)

O conceito de “rede” se tornou mais abrangente na sociedade com a popularização da internet. A discussão sobre “redes”, segundo Potiguar Júnior, “vem tomando espaço significativo nas reflexões sobre as ações coletivas e individuais” (POTIGUAR JÚNIOR, 2007, p. 531). No Brasil, a terminologia “rede” “aparece de forma mais complexa pela sociedade, tendo como fio condutor o processo urbano e de integração onde a geografia e o território não são desconsiderados nessas reflexões” (POTIGUAR JÚNIOR, 2007, p. 532). No entanto, a noção de rede como forma de interagir antecede à concepção da internet como aparato para estabelecer comunicação. Com o passar do tempo, “as relações sociais se diversificaram, saltaram para fora o enquadramento geográfico e passaram a se dar por contatos a partir do local de estudo, de trabalho ou mesmo pelos gostos musicais ou esportivos” (BRITTO, 2009, p. 35). Esse papel de conectar, juntar e aproximar contextos distintos já era desempenhado por outros modos de comunicação: os fóruns, debates, encontros presenciais; o telefone; a carta e o fax, para citar alguns.

O digital vem sendo incorporado por essas redes de comunicação de solidariedade social, gerando significações sobre seu sentido e, ao mesmo tempo, provocando uma redefinição dos modos de comunicação já culturalmente estabelecidos nessas redes. No entanto, “as práticas culturais preexistentes, seus suportes e suas lógicas não estão sendo abandonadas” (BRITTO, 2009, p. 137), pois, como o próprio autor afirma, “o processo do digital não é em substituição, é em relação e, às vezes, em reconfiguração” (BRITTO, 2009, p. 137).

Vivemos em complexas e extensas redes de relacionamentos sociais que se encontram em constante movimento, nos colocando, pois, em permanentes processos de



redefinições, tanto individuais quanto coletivas. Ao nos encontrarmos com o outro, através de circuitos culturais, por exemplo, estamos de imediato entrando em contato com redes de relações que se fazem e refazem constantemente.

A cibercultura vem reconfigurando o consumo de bens simbólicos como a música, por exemplo, pois “até então, na Indústria Cultural, o espaço de publicização estava restrito a poucos de uma mesma classe ou bloco de poder, em especial pelo caráter de empreendimento comercial que caracterizava a mídia” (BRITTO, 2009, p. 135). O Circuito utiliza o ciberespaço para divulgar sua programação e estabelecer rede entre sujeitos de grupos e tribos alternativas.

A forma de comunicação, interação e divulgação maior dos shows, bandas, peças teatrais e tantas outras expressões artísticas que acontecem no CCR estão presentes nas redes sociais. O Facebook, o Twitter e também o site do Circuito Ribeira (www.circuitoribeira.com.br) são os principais veículos de aproximação do evento com o seu público. Nessa primeira rede social quase cinco mil pessoas curtiram sua página, e no Twitter, o número de seguidores é de 4.429, um número que se aproxima bastante com o público presente em dia de evento.

É no Facebook, por exemplo, que são postadas as fotos dos domingos de circuito, em que o público tira suas dúvidas sobre a programação, elogia ou faz críticas. E o interessante de tudo isso, é que existe uma resposta daqueles que gerenciam esta mídia social. No Twitter, está interação não é diferente, o que muda são as ferramentas utilizadas. Via de regra, o login [@CircuitoRibeira](https://twitter.com/CircuitoRibeira) twitta assuntos relacionados à cultura e também divulga outros eventos culturais na cidade. Como, por exemplo, no *post* do dia 19 de abril: “O grupo Graxa de Teatro, da Paraíba, chega hoje a Natal para apresentar curta...fb.me/25em4SlaA”. Neste *post*, é importante ressaltar como a interação entre as redes sociais se fazem presentes e importantes. No link disponibilizado o usuário do Twitter é direcionado para o Facebook do Circuito Cultural Ribeira, lá é disponibilizada a informação completa sobre a apresentação do grupo teatral paraibano.

Castells, afirma que a “comunicação on-line incentiva discussões desinibidas, permitindo assim a sinceridade. O preço, porém, é o alto índice de mortalidade das amizades on-line, pois um palpite infeliz pode ser sancionado pelo clique na desconexão – eterna.” (CASTELLS, 1999, p. 445), contudo, o Circuito Cultural Ribeira mostra-se como uma forma de minimizar esse efeito da desconexão, uma vez que todos estão



presentes no espaço *atual*⁵, caracterizando uma “rede” e possibilitando uma maior interatividade entre os sujeitos, não excluindo, pois, a possibilidade de uma extensão da comunicação, do debate midiático, via computadores, *a posteriori*, confirmando o caráter reconfigurador do processo digital. Exemplo disso é que diversos seguidores da conta do Twitter do Circuito já curtiram a página do evento no Facebook.

Considerações Finais

Para Britto,

o ciberespaço é uma nova dimensão que emerge com a digitalização do simbólico e sua circulação através da rede mundial de computadores e de tantos outros mecanismos tecnológicos que vão interagindo com as dimensões preexistentes e gerando novas lógicas e formas de relação cultural (BRITTO, 2009, p. 129).

Os sujeitos que comparecem ao Circuito Cultural Ribeira são os mesmos que divulgam o evento no ciberespaço. Eles fazem uso das redes sociais digitais para estender as relações estabelecidas durante o CCR ou, em outros casos, usam o dia do evento como prolongamento da rede constituída no ciberespaço, confirmando a ideia de que o processo do digital veio para reconfigurar as relações humanas e não para substituir as práticas já existentes, no caso o encontro físico com o próximo.

Como vimos, o processo de digitalização de bens simbólicos modificou o consumo de arte, o que colocou em crise, por exemplo, a indústria fonográfica, ocasionando uma revalorização do “ao vivo”. É durante o CCR que os sujeitos que participam/comparecem têm a oportunidade de consumir expressões artísticas que ele se identifica, mesmo que esses produtos midiáticos estejam disponíveis para *download* ou visualização no meio virtual. Ou seja, tanto o evento quanto as redes sociais digitais estabelecidas entre sujeitos e CCR servem como extensões mútuas dos produtos, práticas e expressões culturais e estabelecimento de redes presentes em ambos s espaços (*atual* e virtual).

É por meio do ciberespaço que as pessoas que vão ao CCR reveem as atrações, relembram como foi o evento e interagem com outras pessoas, pois no meio virtual o indivíduo “está a um *click* de pessoas com as mesmas ideias e atitudes” (MARTINO, 2012, p. 267) e a organização do Circuito disponibiliza vídeos produzidos por eles e, muitas vezes, também disponibilizam músicas e álbuns para *download* dos artistas que

⁵ Sobre conceito de *atual*, ver Pierre Lévy, “O que é o virtual?”, São Paulo: Editora 34, 1999.



se apresentaram ou ainda vão se apresentar nos espaços culturais da Ribeira. Logo, essas redes estabelecidas no ciberespaço servem não só para divulgar o evento entre os sujeitos interessados nessa forma alternativa de cultura, mas também para construir uma memória coletiva que estará disponível para todos que acessam a rede virtual.

O Circuito Cultural Ribeira vem para quebrar a lógica da Indústria Cultural e para ser uma fonte alternativa para os que se identificam com as expressões culturais presentes no evento, não negligenciando, pois, a cultura nordestina, mas acrescentando outras expressões artísticas que não são contempladas pelos meios de comunicação de massas e se consolida como um importante espaço na cena cultural da cidade e, principalmente, no bairro da Ribeira, um dos principais corredores histórico-culturais de Natal.

Referências

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. Tradução Guido Antônio de Almeida. “**A Indústria Cultural: O Esclarecimento como Mistificação das Massas**”. In: __ *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. 2.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1985, p. 113-156.

BENJAMIN, Walter. “**A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**”. In: __. *Magia e técnica, arte e política / Obras escolhidas / Walter Benjamin*. Tradução Sérgio Paulo Rouanet. 1. ed. - São Paulo Brasiliense, 1985. 1 v, p. 165-196.

BRITTO, Rovilson Robbi. **Cibercultura sob o olhar dos Estudos Culturais**. Paulinas, São Paulo: 2009.

CASA DA RIBEIRA. **Circuito Cultura Ribeira**. Disponível em: <<http://www.casadaribeira.com.br/projetos/circuito-cultural-ribeira/2/>>. Acesso em: 8 de abril de 2013.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

HERSCHMANN, Micael e KISCHINHEVSKY, Marcelo. “**Tendências da indústria da música no início do século XXI**”. In: JANOTTI JR, Jeder Silveira; LIMA, Tatiana Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (orgs.). *Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet* – Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

JANOTTI JR, Jeder Silveira e PIRES, Victor de Almeida Nobre. “**Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais**”. In: __. *Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet* – Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

MARTINO, Luís M. Sá. “**Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos**”. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Os anos de Birmingham (1964-1980): a primavera dos estudos culturais**. IN: __. *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004, p. 55-73.



POTIGUAR JÚNIOR, Petrônio Lauro Teixeira. **Associativismo e as redes sociais: uma discussão na pesca artesanal**. Atividade acadêmica para avaliação da disciplina Análise de Redes em Agricultura Familiar no Curso de Mestrado em Agricultura Familiar e Desenvolvimento Sustentável/MAFDS/UFPB sob a orientação do prof. Dr. Orlando Nobre Souza, 2007.

RUDIGER, Francisco. “**A Escola de Frankfurt**”. In: FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 4ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. Parte II, Capítulo 2, p. 131-150.

SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

Twitter Circuito Cultural Ribeira. Disponível em: < <https://twitter.com/circuitoribeira>>. Acesso em: 8 de abril de 2013.